22 DE PAȘI

pentru a crea o
poveste captivantă

EMPOWERING
YOUR MESSAGE

OVIDIU OLTEAN

ovidiuoltean.ro

Rudyard Kipling a spus la un moment dat că:

> **DACĂ ISTORIA LUMII AR FI PREDATĂ ÎNTR-O FORMĂ DE POVESTIRE, ACEASTA NU AR MAI FI UITATĂ NICIODATĂ.**

Oamenii sunt prin natura lor **povestitori** și facem asta de cele mai multe ori fără să ne dăm seama. Povestim celor de acasă ce am făcut peste zi la serviciu, povestim cu prietenii sau ne aducem aminte întâmplări pe care le povestim în anumite contexte.

Storytelling-ul înseamnă să știi încă de la început ceea ce dorești să-i transmiți audienței tale prin povestea ta, pentru ca la finalul acesteia ea să rămână cu o înțelegere mai **profundă** despre un anumit lucru.

Cred că ți s-a întâmplat să citești o carte faină sau să vizionezi un film bun care să te facă să îți dorești să afli care va fi finalul acestora. Dacă stăm și analizăm aceste cărți și filme, o să ne dăm seama că toate urmează un anumit tipar care le asigură succesul.

CE AU ÎN COMUN: TOY STORY, MONSTERS INC., FINDING NEMO, CARS, WALL-E, UP, BRAVE?

Toate sunt producții **de succes** ale studiourilor PIXAR, fondate de Steve Jobs. Succesul lor se datorează unor **principii** pe care scenariștii PIXAR le folosesc cu regularitate și care au fost făcute publice de către Emma Coats.

În continuare vei parcurge **cele 22 de principii**, fiecare cu o explicație sumară, care te vor ajuta să construiești povești ce vor captiva publicul și te vor face memorabil.

1 ADMIRI UN PERSONAJ MAI MULT PENTRU STRĂDANIA SA, DECÂT PENTRU SUCCESELE SALE.

> Tensiunea provine din provocări, iar empatia și admirația apar atunci când un personaj luptă în pofida faptului că șansele nu sunt de partea sa.

O poveste în care **protagonistul** nu eșuează niciodată este lipsită de conflict și nu captează atenția nimănui.

Regula se referă la **echilibrul între succesele și eșecurile** unui personaj și nu la dinamica poveștii în sine.

Majoritatea oamenilor nu se consideră speciali, ci obișnuiți. Când încearcă să facă ceva, se concentrează pe ce greșesc și pe cât de departe sunt de obiectivul lor. Personajele care trec prin același proces vor atrage **simpatia** și **empatia** publicului.

2 CONCENTREAZĂ-TE PE CE ESTE INTERESANT PENTRU PUBLIC, NU PE CE ÎȚI PLACE ȚIE CA AUTOR. CELE DOUĂ POT FI FOARTE DIFERITE.

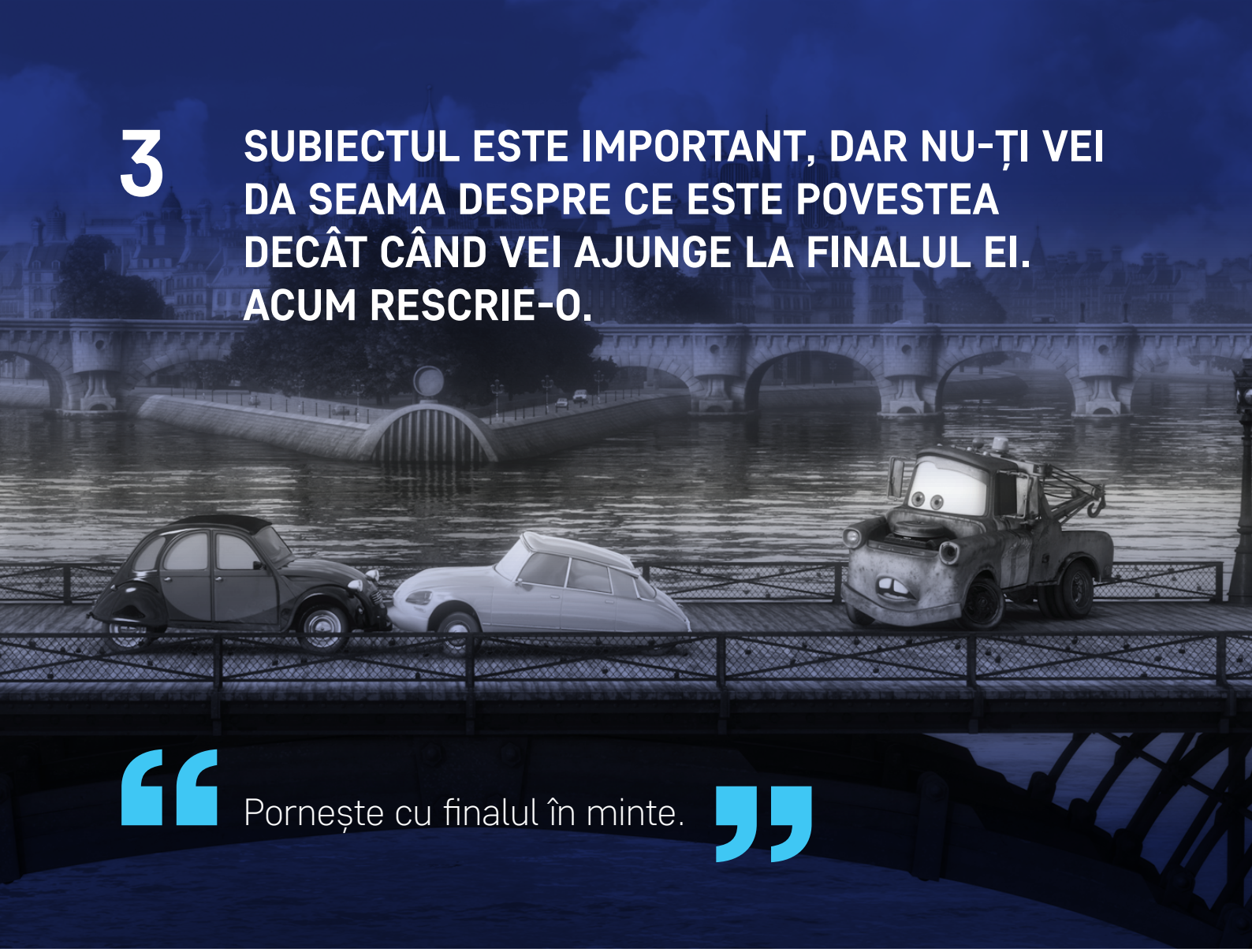
> Chiar dacă pare puțin ciudat, regula nu te îndeamnă să scrii povești care nu-ți fac plăcere.

Chiar dacă pare puțin ciudat, regula nu te îndeamnă să scrii povești care nu-ți fac plăcere. E important **să te bucuri de procesul creării poveștii**. Regula se referă la faptul că avem tendința să folosim mult dialog interior și descrieri ample în povești, lucruri care pentru noi ca autori sunt interesante.

Scenele pe care le ilustrăm e necesar să poată fi recreate de către ascultătorii noștri în **imaginația** lor. Evită construcțiile neclare care au sens doar pentru tine și folosește expresii cu care pot rezona ușor cei care te ascultă.

Descrierile sunt de folos în **setarea cadrului**, la începutul poveștii, dar nu uita că **dialogul** și **acțiunea** generează **cele mai puternice emoții**.

3 SUBIECTUL ESTE IMPORTANT, DAR NU-ȚI VEI DA SEAMA DESPRE CE ESTE POVESTEA DECÂT CÂND VEI AJUNGE LA FINALUL EI. ACUM RESCRIE-O.



> Pornește cu finalul în minte.

Care este ideea pe care vrei să o transmiți? Cum se termină povestea ta? Desfășurarea acțiunii **se va schimba** de multe ori pe parcursul scrierii poveștii, dar dacă nu știi înspre ce te îndrepți, vei pierde mult timp ca să ajungi acolo.

Poate fi un proces entuziasmant, plin de posibilități, ocolișurile și barierele vor crea o aventură și rezultatul final poate fi fantastic, dar nu e eficient și există posibilitatea să te pierzi și să renunți.

Să începi cu finalul, nu-ți va lua din libertate, ci îți va oferi și **mai multă libertate** pentru că nu te vei gândi în fiecare moment spre ce te îndrepți. În plus, acel final nu e bătut în cuie, poate fi modificat pe parcurs.

4 A FOST ODATĂ..., ÎN FIECARE ZI..., ÎNTR-O ZI..., DIN ACEST MOTIV..., DIN ACEST MOTIV..., ÎN CELE DIN URMĂ...

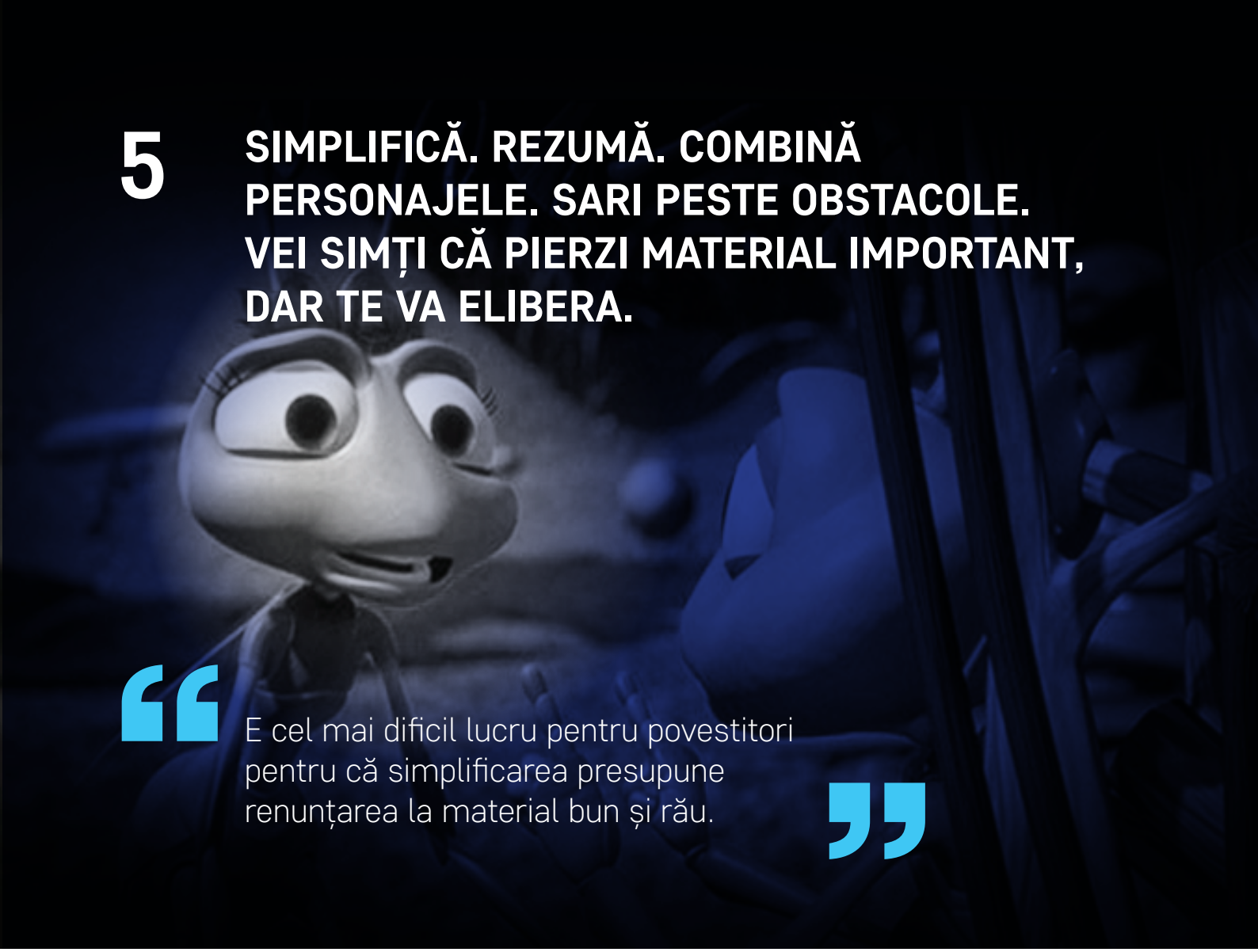
> Acest șablon poartă denumirea de "Coloana vertebrală a unei povești".

Exprimă într-un mod **simplificat** ce este o poveste: o schimbare de la un status quo vechi la unul nou, de la "o lume veche" la "o lume nouă" prin acțiune și conflict.

O poveste are o **cadrare, o schimbare prin conflict și o concluzie**.

Introdu personajul și lumea sa. Prezintă acțiunea din vechiul status quo care conturează personajul. Confruntă personajul cu o provocare care îi va schimba lumea și pune-l să ia o decizie. Pe baza deciziei, creează o serie de evenimente care escaladează în dificultate până la climax. Arată cum trece personajul peste ele și cine a devenit în "lumea nouă".

5 SIMPLIFICĂ. REZUMĂ. COMBINĂ PERSONAJELE. SARI PESTE OBSTACOLE. VEI SIMȚI CĂ PIERZI MATERIAL IMPORTANT, DAR TE VA ELIBERA.



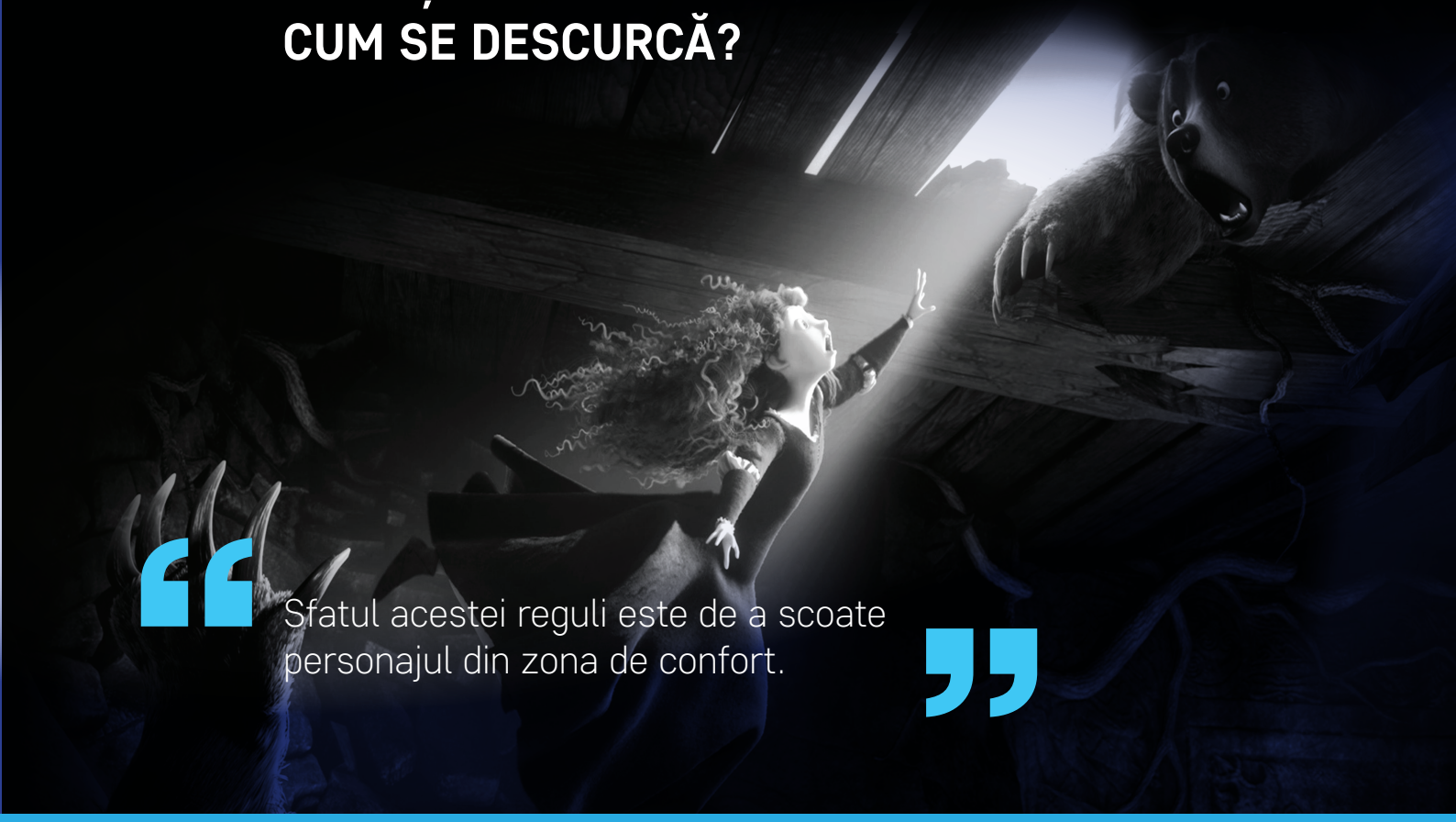
> E cel mai dificil lucru pentru povestitori pentru că simplificarea presupune renunțarea la material bun și rău.

Există scene care sunt grozave dacă le privim izolat, dar care nu aduc niciun plus poveștii în sine, ci doar afectează ritmul și defocusează ascultătorul.

Dacă o scenă sau un personaj **nu aduce informații noi** sau o perspectivă interesantă asupra temei principale, acțiunii sau a călătoriei personajului, **elimin-o (elimină-l).**

Ai grijă să **nu exagerezi** cu simplificarea. Nu vrei să elimini conflictul și nici să ai un ritm alert de la început la final care nu alternează și nu oferă publicului posibilitatea de a reflecta la ce tocmai s-a întâmplat.

6 LA CE E BUN PERSONAJUL TĂU, UNDE SE SIMTE CONFORTABIL? CONFRUNTĂ-L CU O SITUAȚIE DIAMETRAL OPUSĂ. PROVOACĂ-L. CUM SE DESCURCĂ?



> Sfatul acestei reguli este de a scoate personajul din zona de confort.

Evoluția modului în care personajul răspunde la provocări este **călătoria sa eroică**.

Nu urma regula ad literam. A pune personajul într-o lume antagonică înseamnă să-i refuzi publicului ocazia de a afla la ce este bun acesta. Dacă e un bun mincinos, lasă publicul să descopere asta.

Arată personajul în zona de confort, provoacă-l cu o situație în care e necesar să reacționeze diferit, provoacă-l cu o situație în care stilul vechi de a reacționa este mai potrivit. **Concluzia** călătoriei sale este modul în care **va face față provocării** fără a se întoarce la vechiul tipar de reacție.

7 GÂNDEȘTE-TE LA UN FINAL ÎNAINTE SĂ COMPUI CUPRINSUL. CONCLUZIILE SUNT DIFICILE, REZOLVĂ-LE DIN TIMP.

> E mult mai ușor să ajungi la final dacă știi spre ce te îndrepți.

O **metodă eficientă** de a aborda structurarea unei povești este:

- începe cu un **concept de bază** care are un început și o concluzie
- **rezolvă detaliile concluziei** (cum rezolvi toate conflictele și cum răspunzi la toate întrebările).
- **rezolvă începutul** (cadrarea conflictului și adresarea întrebărilor). Stabilește cine este protagonistul, care este miza fizică (acțiunea), emoțională (caracterele) și tematică.
- **creează cuprinsul** ca o punte între aceste două puncte.

Ideile care îți vin în minte reprezintă acel concept de bază. Chiar dacă ai o imagine a poveștii de la început la sfârșit, este doar un **concept de bază** pe care e nevoie **să îl structurezi.**

8 TERMINĂ POVESTEA CHIAR DACĂ NU E PERFECTĂ. ÎNTR-O LUME IDEALĂ TOTUL E CUM VREI, TRECI PESTE ASTA. VEI SCRIE MAI BINE DATA VIITOARE.

> Nu lăsa perfectul să fie inamicul binelui.

Perfecțiunea este imposibil de atins și doar te împiedică să ajungi la final.

Ai nevoie de **exercițiu** pentru a crește. Dacă te cramponezi la o singură poveste nu vei avea ocazia să exersezi și să treci la următoarea.

Feedback-ul primit va fi diferit de la o persoană la alta și de la o livrare a poveștii la alta. Nu vei reuși niciodată să fii pe placul tuturor.

De multe ori urmărirea perfecțiunii provine din **lipsa încrederii de sine**. Ții cont mai mult de părerea altora decât de instinctele tale. Urmărești o utopie pentru a nu te expune judecății celor din jur.

9 CÂND TE BLOCHEZI, FĂ O LISTĂ CU TOT CE NU AR TREBUI SĂ SE ÎNTÂMPLE ÎN CONTINUARE. DE MULTE ORI IDEEA SALVATOARE VA APĂREA.

> Această regulă este foarte utilă, dar este și periculoasă.

Dacă începi să înșiri toate imposibilele variante de continuare a poveștii, s-ar putea să nu termini niciodată acea listă și să te blochezi.

E mai util să **analizezi** modul în care personajul nu ar reacționa în situația respectivă. De exemplu, un asasin și-a găsit ținta. Ce nu ar face? Ar lăsa-o în viață sau ar deveni el ținta sau s-ar îndragosti de ea. Alege cea mai plauzibilă variantă din toate cele ieșite din tipare.

Când creezi un personaj, îl bagi într-o cutie. E important să **ieși din acea cutie** pentru a face **povestea interesantă**. Descoperă care sunt răspunsurile alternative ale personajelor la diverse situații.

10 FĂ O LISTĂ CU POVEȘTILE CARE ÎȚI PLAC. CE ÎȚI PLACE LA ELE ESTE O PARTE DIN TINE; TREBUIE SĂ REALIZEZI ASTA ÎNAINTE DE A LE FOLOSI.

> Este un exercițiu absolut necesar pentru orice povestitor. Îl poți folosi și dacă te-ai blocat în povestea ta, nu știi cum să continui și te inspiri din alte surse.

Este un exercițiu absolut necesar pentru orice povestitor. Îl poți folosi și dacă te-ai blocat în povestea ta, nu știi cum să continui și te inspiri din alte surse.

Analizând alte povești vei descoperi **elementele concrete** care îți plac: tonalitățile vocale, conflictele, figurile de stil, caracterizările, ritmul, etc. Nu îi copiezi pe alții, ci cauți să înțelegi ce anume îți place la anumite povești pentru a integra acele elemente în povestea ta.

Vei descoperi că multe elemente le folosești deja, fără să te gândești la ele. Îți vin în mod natural. La altele e nevoie să mai lucrezi. Ce vei descoperi în acest exercițiu este tema principală care te atrage cel mai mult, **temă care e o reflecție a sistemului tău de convingeri.**

11 SCRISUL TE VA AJUTA SĂ TE CLARIFICI. DACĂ O IDEE PERFECTĂ RĂMÂNE DOAR ÎN CAPUL TĂU, NU VA PUTEA FI ÎMPĂRTĂȘITĂ CU NIMENI.

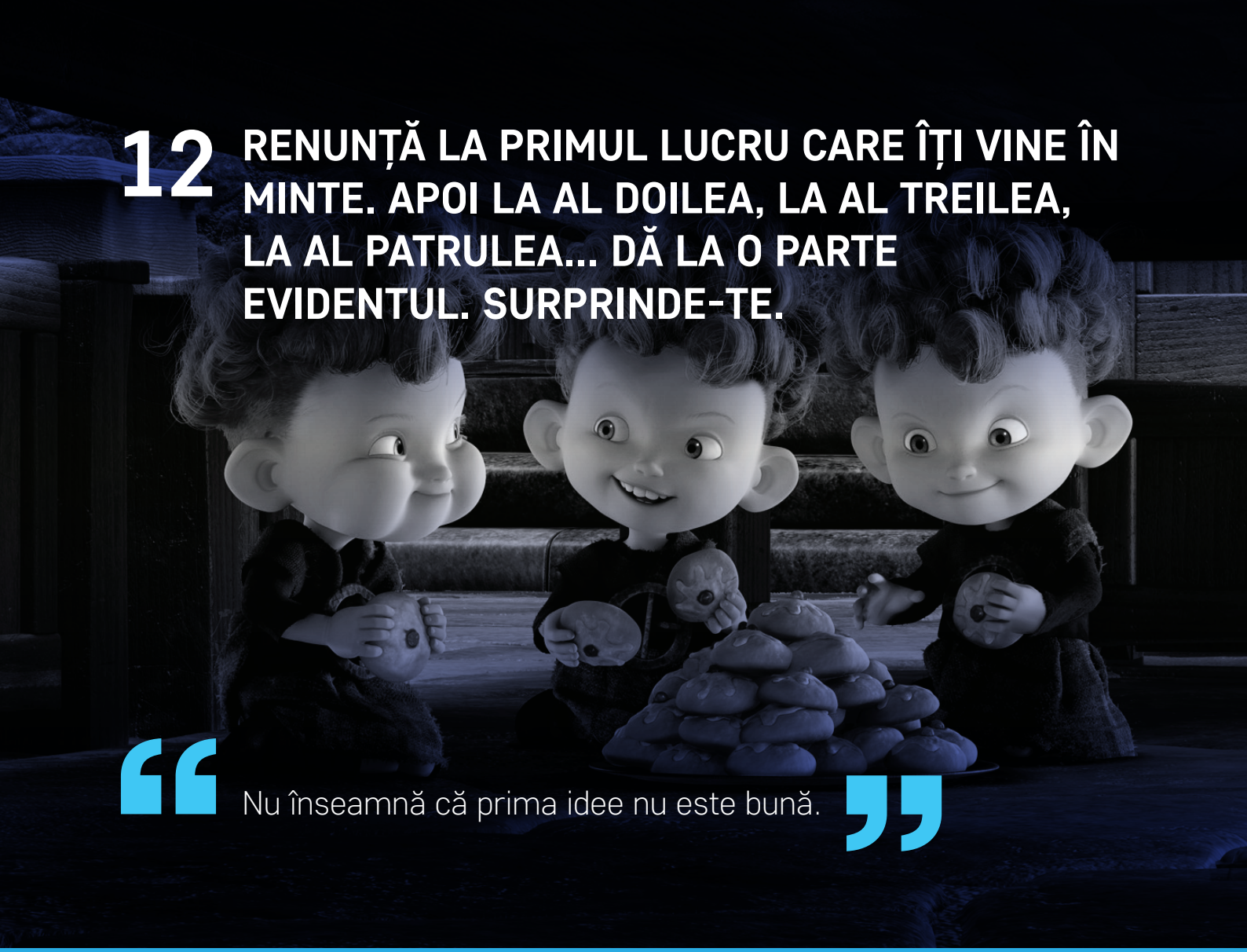
> Nu lăsa perfectul să fie inamicul binelui. În același timp nu lăsa perfectul să fie inamicul răului.

Pentru a crea o poveste bună și apoi una foarte bună, e nevoie să creezi o poveste slabă pe care să o îmbunătățești.

Hemingway spunea: **“Prima schiță pentru orice este un rahat.”** În loc să stai pe loc și să nu produci nimic, mai bine creezi ceva de slabă calitate pe care ulterior o vei îmbunătăți și astfel vei progresa. E nevoie să-ți pui ideile pe foaie pentru a le vedea în fața ochilor și nu în spatele lor.

Perfecțiunea apare în momentul în care **ne comparăm** cu cei pe care îi admirăm, când considerăm munca lor un etalon pentru noi.

12 RENUNȚĂ LA PRIMUL LUCRU CARE ÎȚI VINE ÎN MINTE. APOI LA AL DOILEA, LA AL TREILEA, LA AL PATRULEA... DĂ LA O PARTE EVIDENTUL. SURPRINDE-TE.



> Nu înseamnă că prima idee nu este bună.

O păstrezi (s-ar putea să fie cea potrivită) pentru că a apărut cu un motiv, dar cauți și alte variante pe care să le testezi. Fă acest exercițiu rapid. Scrie toate ideile care îți vin în minte și renunță la unele după ce le testezi.

Uneori acest proces îți va confirma faptul că prima idee a fost cea bună. Nu ai pierdut timpul pentru că celelalte idei pot aduce o nuanță ușor diferită celei alese.

Nu totul trebuie să fie nou și surprinzător. Unele genuri de povești au anumite așteptări care e important să fie îndeplinite. **Publicul dorește 1-2 surprize, dar nu alege intriga intelectuală în detrimentul satisfacției emoționale.**

13 OFERĂ PERSONALITATE PERSONAJELOR. PASIVITATEA / MALEABILITATEA S-AR PUTEA SĂ ÎȚI PLACĂ CÂND SCRII, DAR SUNT OTRAVĂ PENTRU PUBLIC.

> Oferă personajelor opinii, dorințe, țeluri care să le determine să acționeze.

Acțiunile unui personaj cu defecte determină conflict și consecințe care sunt sursa dramelor.

Lasă dorințele personajelor să determine acțiunea, nu circumstanțele în care se află. Vrei un **personaj interesant,** nu plăcut sau simpatic.

Opiniile și dorințele puternice nu implică automat un ritm alert și mult dinamism din partea personajelor.

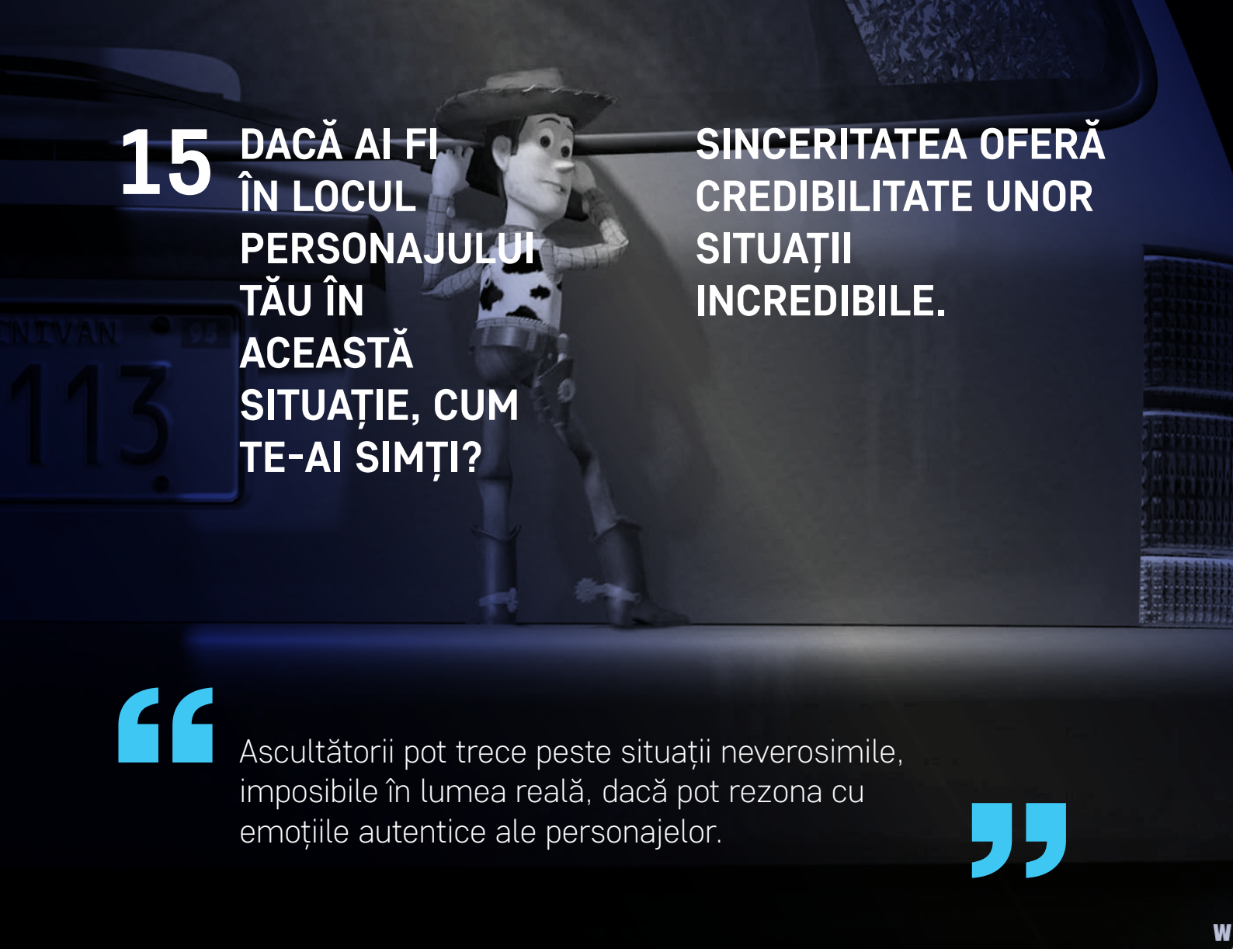
Publicul relaționează mai mult cu **emoțiile** personajelor decât cu contextul în care acestea se regăsesc, dar e necesar să știe ce dorințe și convingeri determină apariția acelor emoții.

14 DE CE TREBUIE SĂ SPUI ACEASTĂ POVESTE? CARE ESTE CREDINȚA CARE TE MISTUIE ȘI DĂ VIAȚĂ POVEȘTII? ACEASTA ESTE ESENȚA.

> Munca unui povestitor este să transmită un mesaj prin intermediul personajelor, în mod natural, nu sub o formă brută.

Ascultătorii își vor pune întrebarea dacă tema centrală a poveștii este validă sau nu. De exemplu, dacă tema este "Dragostea învinge întotdeauna", atunci ei se vor întreba "Poate dragostea depăși toate obstacolele?" Călătoria eroului va oferi răspunsul.

E de preferat să ai un mesaj solid și simplu, iar situațiile și personajele să fie complexe, decât să ai un mesaj complex transmis de personaje și întâmplări simple. Răspunsul la întrebarea "De ce spun această poveste?" te va ajuta să descoperi acel mesaj profund și simplu care va constitui tema poveștii.



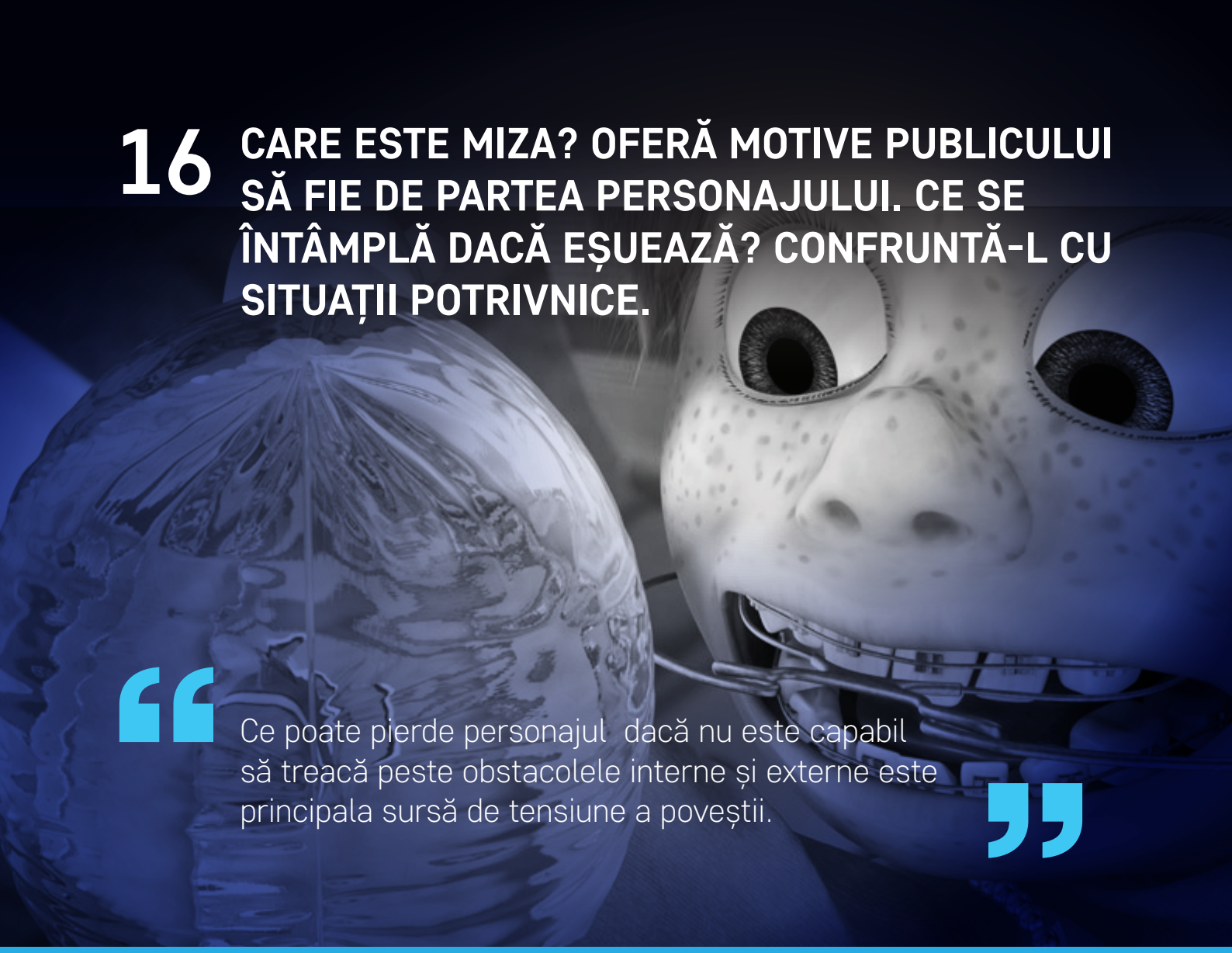
15 DACĂ AI FI ÎN LOCUL PERSONAJULUI TĂU ÎN ACEASTĂ SITUAȚIE, CUM TE-AI SIMȚI?

SINCERITATEA OFERĂ CREDIBILITATE UNOR SITUAȚII INCREDIBILE.

> Ascultătorii pot trece peste situații neverosimile, imposibile în lumea reală, dacă pot rezona cu emoțiile autentice ale personajelor.

Situațiile pot să nu fie plauzibile în lumea reală, dar e necesar să fie credibile în universul poveștii. Personajul poate primi mesaje de la natură prin forma norilor, dar e mai greu de acceptat să primească sfaturi de la un câine vorbitor.

Când te pui în pielea personajelor, gândește cum ar reacționa acel caracter, nu tu ca persoană. Altfel, toate personajele vor acționa la fel pentru că le vei oferi tututor personalitatea ta. **Imaginează-ți ce simte personajul pe baza personalității cu care l-ai investit.**



16 CARE ESTE MIZA? OFERĂ MOTIVE PUBLICULUI SĂ FIE DE PARTEA PERSONAJULUI. CE SE ÎNTÂMPLĂ DACĂ EȘUEAZĂ? CONFRUNTĂ-L CU SITUAȚII POTRIVNICE.

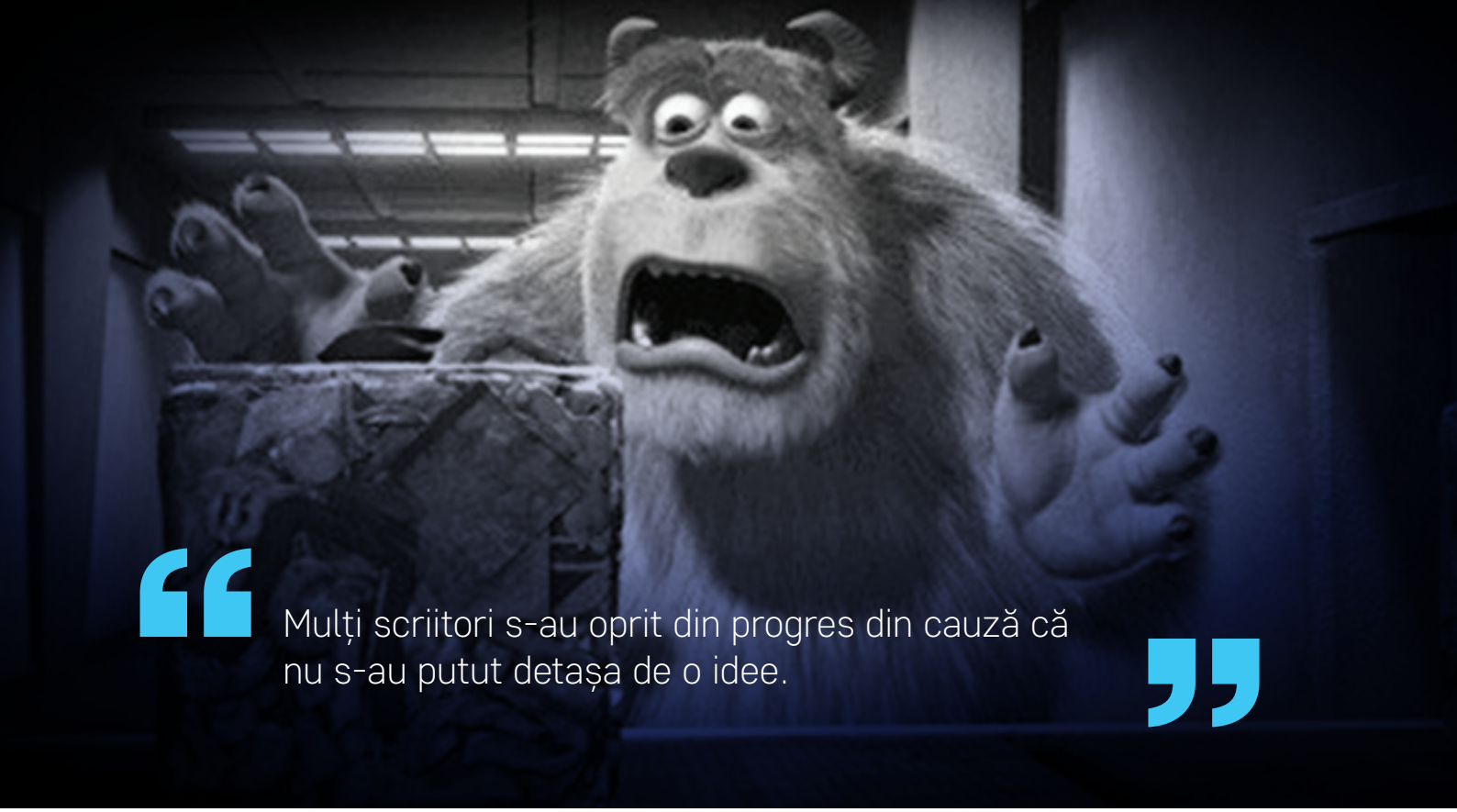
> Ce poate pierde personajul dacă nu este capabil să treacă peste obstacolele interne și externe este principala sursă de tensiune a poveștii.

Posibilitatea pierderii va determina ascultătorii să simpatizeze cu personajul, chiar dacă este unul negativ.

Situațiile potrivnice vor face ca victoria să fie meritată sau vor justifica eșecul, în cazul unei tragedii.

Cu cât personajul se îndepărtează de succes, cu atât miza e mai mare și publicul va fi mai curios în legătura cu concluzia poveștii. Miza crește dacă și adversarii au obiectivele lor, opuse celor ale protagonistului. Cantitatea adversarilor nu mărește miza, ci puterea lor. **O victorie la limită e mai interesantă decât una zdrobitoare.**

17 NICIO IDEE NU ESTE INUTILĂ. DACĂ NU FUNCȚIONEAZĂ, LAS-O ȘI MERGI MAI DEPARTE. SE VA DOVEDI UTILĂ MAI TÂRZIU.



> Mulți scriitori s-au oprit din progres din cauză că nu s-au putut detașa de o idee.

Pentru a descoperi aurul e nevoie să decantezi mult nisip.

Experiența nu vine în urma unui șir de succese, ci prin **identificarea** a ceea ce nu funcționează, **înțelegerea** motivului pentru care nu funcționează și **testarea** mai multor opțiuni pentru a rezolva problema.

A te detașa nu înseamnă sa continui să speri că ideea se va dovedi utilă la un moment dat. S-ar putea să nu fie așa. Dacă va fi cu adevărat utilă îți vei aminti de ea. Folosește coșul de gunoi pentru a te debarasa de ce nu merge, nu ca depozit pentru speranțe.

18 E IMPORTANT SĂ TE CUNOȘTI: SĂ FACI DIFERENȚA DINTRE A DA TOT CE AI MAI BUN ȘI A TE PREFACE. CREAREA POVEȘTII ÎNSEAMNĂ TESTARE, NU RAFINARE.

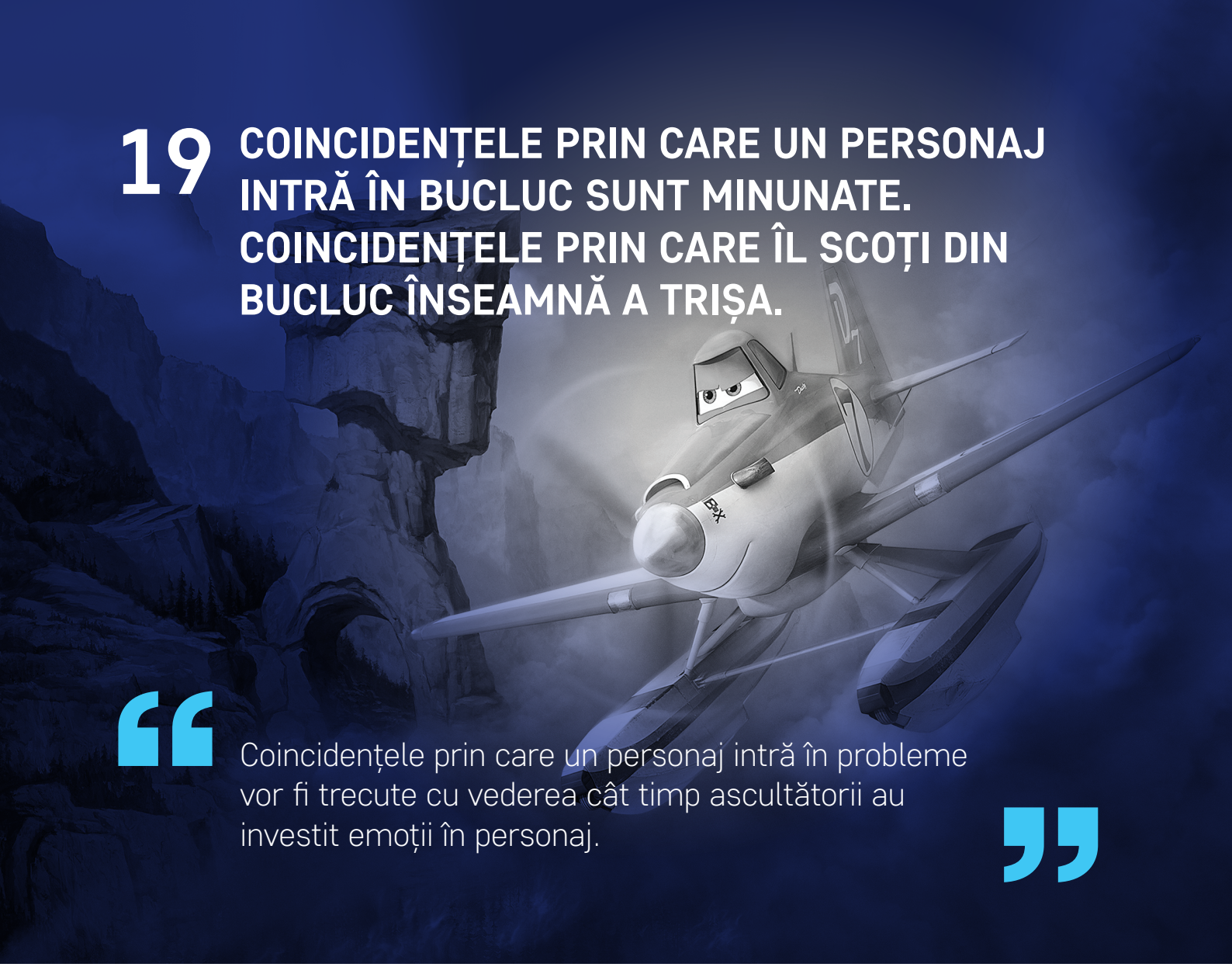
> Dacă petreci mai mult timp decât în mod normal asupra unei secțiuni a poveștii, cel mai probabil te-ai blocat în mirajul detaliilor.

În acest caz, oprește-te și sari peste. Acordă-ți timp în care să **nu** te gândești la acea problemă. La fel se întâmplă când te cufunzi în crearea dialogului perfect, în loc să termini structura de ansamblu a poveștii.

Greșește devreme și des. Nu ai ce să revizuiești dacă nu ai creat nimic. Numele personajelor, ce poartă, ce mașini au, interiorul locațiilor, toate sunt detalii care te distrag de la munca grea.

Când creezi povestea, începi prin a lucra la **structurile de bază,** la **tema centrală,** la **caractere** și **testezi ideile**, fără să-ți prinzi urechile în detalii. Pe urmă poți să rafinezi povestea cu dialog, descrieri, etc.

19 COINCIDENȚELE PRIN CARE UN PERSONAJ INTRĂ ÎN BUCLUC SUNT MINUNATE. COINCIDENȚELE PRIN CARE ÎL SCOȚI DIN BUCLUC ÎNSEAMNĂ A TRIȘA.



> Coincidențele prin care un personaj intră în probleme vor fi trecute cu vederea cât timp ascultătorii au investit emoții în personaj.

Vor fi mai interesați de **noul conflict** decât de modul în care a apărut.

Este de preferat ca un personaj să aibă probleme datorită propriilor decizii și acțiuni și nu datorită acțiunilor altor personaje sau circumstanțelor spațio-temporale.

Dacă personajul iese din bucluc ca urmare a unei coincidențe provenite în urma unei acțiuni a sale, se poate ierta acest lucru. Dacă protagonistul scapă de urmăritor pentru că acesta e lovit de autobuz toată tensiunea acumulată se va risipi și publicul va simți că e păcălit. **Drama** apare când **protagonistul rezolvă situația**, nu Divinitatea.

20 EXERCIȚIU: IA SCENELE UNUI FILM CARE NU-ȚI PLACE. CUM LE-AI REARANJA PENTRU CA FILMUL SĂ-ȚI PLACĂ?

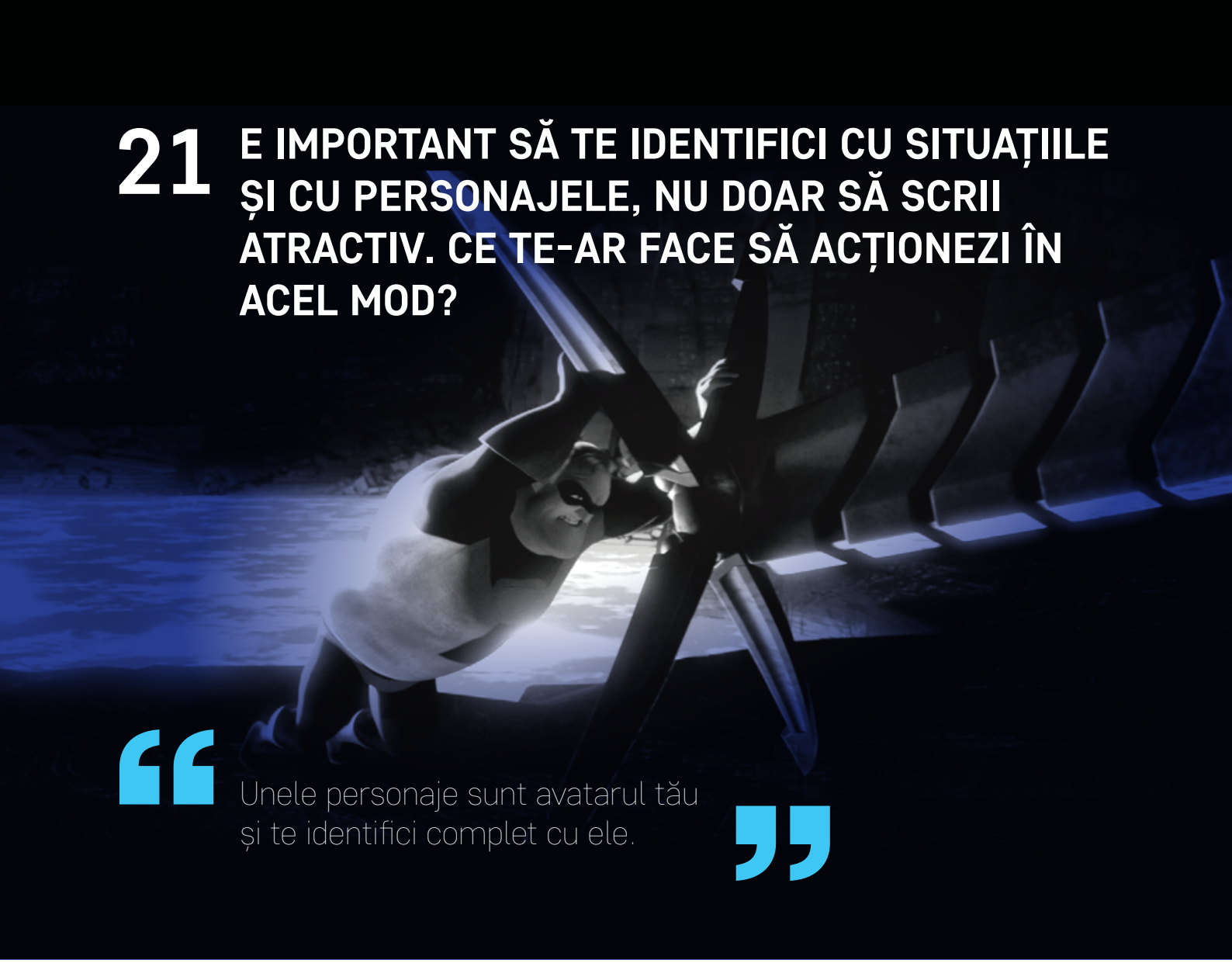
> Este un exercițiu distractiv pe care îl poți face după ce ai vizonat un film slab.

Afli ce-ți place și ce nu-ți place la o poveste. Depanând filmul altcuiva vei descoperi cât de greu poate fi să găsești soluții și vei învăța să ai răbdare pentru a găsi soluțiile pentru povestea ta.

Ce mai poți face:

- compune o poveste pe baza primului articol din ziar
- rescrie o scenă dintr-un film care îți place în care apar 2 personaje preferate
- scrie tot ce știi despre un personaj preferat și apoi uită-te la film pentru a descoperi cum ai aflat acele lucruri
- oprește filmul după 15 minute și scrie toate aspectele negative ale protagonistului (se transformă în aspecte pozitive până la final?)

21 E IMPORTANT SĂ TE IDENTIFICI CU SITUAȚIILE ȘI CU PERSONAJELE, NU DOAR SĂ SCRII ATRACTIV. CE TE-AR FACE SĂ ACȚIONEZI ÎN ACEL MOD?



> Unele personaje sunt avatarul tău și te identifici complet cu ele.

Altele sunt extensii fictive ale unor părți din tine sau sunt ceea ce ți-ai dori să fii. E ușor să te identifici cu acestea.

Unele personaje sunt **versiuni** patetice ale tale sau reprezintă ceea ce ți-e teamă să devii. E ușor să empatizezi cu acestea.

Dacă acestea sunt toate personajele tale, vei ajunge într-o groapă. Ai nevoie să variezi și să creezi personaje care nu sunt doar o versiune modificată a ta. Pe acestea trebuie să le înțelegi și să le pui în situații potrivite personalității lor.

Construiește personaje pe baza arhetipurilor, nu a stereotipurilor.

22 CARE ESTE ESENȚA POVEȘTII TALE? CARE ESTE CEL MAI SCURT MOD DE A O REZUMA? DACĂ ȘTII ASTA POȚI ÎNCEPE SĂ CONSTRUIEȘTI DE AICI.

> Pune-ți următoarea întrebare:
> "Care este pitch-ul poveștii mele?"

Răspunsul conține toate **elementele esențiale**: titlul și genul; protagonistul; timpul și spațiul; conflictul central (cum nu poate avea ce își dorește); ce se întâmplă dacă protagonistul eșuează (extern); ce se întâmplă dacă dorința protagonistului nu e îndeplinită (intern); cum sunt testate caracterul și convingerile protagonistului; punctele cheie (incidentul neprevăzut, răsturnarea de situație) și concluzia (poveștii și a călătoriei eroului).

Totul în 3-4 propoziții. Acestea reprezintă **fundația** pe care poți construi prima schiță.

5 SFATURI SIMPLE

1 Scrie povești despre subiecte care îți plac.

2 Nu scrie plictisitor; scoate ce nu e atractiv.

3 Scrie povești despre subiecte care îți plac.

4 Întotdeauna acceptă critica, rareori acceptă sfaturi.

5 Scrie povești despre subiecte care îți plac.

RESURSE SUPLIMENTARE

1. Chimamanda Ngozi Adichie - The danger of a single story
2. Shekhar Kapur - We are the stories we tell ourselves
3. Joe Sabia - The technology of storytelling
4. J.J. Abrams - The mystery box
5. Andrew Stanton - The clues to a great story
6. Nancy Duarte - The secret structure of great talks

“Atinge-le Inima și le vei deschide Mintea!”

Public Speaker Profesionist
Public Speaking Trainer & Coach Moderator Evenimente

După 4 ani de programare și 3 ani de vânzări, a descoperit ce înseamnă cu adevărat oratoria, în Octombrie 2012, la clubul Toastmasters Cluj. În 2013 s-a dedicat complet public speaking-ului și a devenit unul din cei mai premiați și apreciați experți din acest domeniu din România, fiind **triplu campion European și de 14 ori campion național la Public Speaking.**

În fiecare zi sprijină oamenii să fie mai **CREDIBILI**, mai **VIZIBILI** și mai **PROSPERI**. Cum? Îi ajută să construiască prezentări **Clare**, **Captivante** și **Convingătoare** pe care să le livreze cu **Încredere, Naturalețe** si **Entuziasm**. Face acest lucru prin intermediul **ședințelor de consultanță, training-urilor intensive și cursurilor online.**

Este **fondatorul** cursului intensiv de vorbit în public, **Atelierul de Life Speaking**, al francizei naționale de evenimente de public speaking, **5MS**, este **facilitator** al programului **Speaker Elite** și fost președinte al clubului **Toastmasters Cluj.**

Rezultate notabile:

Triplu campion European la Public Speaking
2014
2015
2017

De 14 ori campion național la Public Speaking
2013
2014
2015
2016
2017

Speaker și moderator la evenimente ca:
Business Days
Afaceri.ro
TEDx

OVIDIU OLTEAN
Professional Public Speaker
Public Speaking Trainer & Coach

+40.745.483.896
contact@ovidiuoltean.ro
ovi.oltean
fb.com/OvidiuOlteanSpeaker
ovidiuoltean.ro

Proiecte:

www.LifeSpeaking.ro
www.5MS.ro
www.FoculVocatiei.ro